

# HUBUNGAN ANTARA MENONTON IKLAN LINE WEBTOON DI TELEVISI TERHADAP MINAT MEMBACA KOMIK SECARA *ONLINE* PADA MASYARAKAT KOTA DENPASAR

Cinthy Nurrahmat Dani Febriyanti<sup>1)</sup>, Ade Devia Pradipta<sup>2)</sup>, I Gusti Agung Alit Suryawati<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: cinthyafebrianty@gmail.com<sup>1</sup>, deviapradipta88@unud.ac.id<sup>2</sup>, igaalitsuryawati@yahoo.co.id<sup>3</sup>

## **ABSTRACT**

*From commercials that aired on television, Line Webtoon became one of the digital comics that advertise their products with the aim of people watching their ads can download online comic apps and increase reading interest in comics. The purpose of this research is to find out the relationship between watching Line Webtoon ads on television to the interest in reading comics online in the people of Denpasar. This research uses a type of associative with quantitative approach. Sampling techniques used are nonprobability sample techniques and purposive sampling methods. Analysis techniques used in research through several stages, namely research instrument test, classical assumption test, Multiple Linear Regression Analysis, Goodness of Fit Test and T Statistical Test and Determination Coefficient. The result of this study is watching Webtoon Line Ads on Television is able to influence the Interest in Reading Comics online in the people of Denpasar.*

**Keywords:** *Line Webtoon Advertisement, Denpasar Citizens, Reading Interests, Digital Comics*

## **1. PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi yang sangat canggih berpengaruh pada keseharian atau *lifestyle* masyarakat yang lebih aktif menggunakan internet untuk mencari informasi melalui media internet. Ada berbagai cara

komunikasi yang dapat dilakukan salah satunya dalam menawarkan produk adalah menggunakan iklan. Iklan adalah salah satu bentuk komunikasi satu arah dengan tujuan mempersuasi khalayak agar berminat untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Iklan yaitu alat komunikasi yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk menjual produk mereka serta menyampaikan informasi tentang produk yang dijual melalui suatu media massa. Iklan yang ditayangkan di televisi lebih menarik dibandingkan dengan media lainnya. Dikarenakan televisi membuat apa yang ditayangkan menjadi lebih hidup dan menarik dengan audio dan visual yg disajikan. Walaupun secara tidak langsung berpengaruh pada penjualan, namun iklan tetap menjadi jurus jitu dalam memasarkan produk.

LINE menjadi salah satu aplikasi pesan yang saat ini digemari oleh masyarakat. Pengguna LINE saat ini tercatat sudah mencapai 220 juta pengguna diseluruh dunia dimana sebesar 72 juta pengguna adalah pengguna aktif dari Indonesia. Dan pengguna Line di Indonesia didominasi oleh remaja yang berusia kisaran 18-22 tahun. Di era *modern* saat ini konten hiburan seperti aplikasi konten komik digital sangat diminati oleh kalangan para remaja dan dewasa. Contohnya seperti *manga reader*, *bulu manga*, *zingbox*, *line webtoon* dan lain-lain. Aplikasi komik digital ini terbilang praktis dikarenakan pembaca hanya perlu mengunduh aplikasi untuk membaca komik secara *online* di *smartphone*. Sedangkan penelitian ini memilih aplikasi Line Webtoon sebagai objek penelitian dikarenakan aplikasi tersebut yang mengiklankan produk mereka di televisi.

Line Webtoon dikembangkan oleh NHN Corporation yaitu perusahaan Jepang yang awalnya mengembangkan *instant*

*messenger* Line Webtoon adalah aplikasi komik digital yang dimana pembaca dapat membaca komik secara online melalui *smartphone*.

Dengan internet masyarakat dengan mudah mendapatkan informasi, hiburan dan pendidikan untuk mengisi waktu luang mereka dengan membaca komik. Seperti halnya membaca komik di Line Webtoon. Penulis memilih untuk meneliti atau membahas komik di dalam penelitian ini karena komik dengan jenis penyampaian yang ringan serta penampilannya yang menarik, cerita dengan berbagai *genre* tidak hanya sekedar hiburan saja.

Komik sendiri diharapkan dapat menjadi media yang mendorong para remaja dalam membangkitkan minat membaca dengan mengembangkan kemampuan dalam berbahasa, seni dan dapat mengartikan isi bacaan. Komik digital menjadi salah satu sarana yang efektif untuk remaja yang gemar membaca komik dengan akses yang mudah.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Untuk membantu penelitian ini, peneliti menjadikan penelitian sebelumnya sebagai acuan yang memiliki keterkaitan dengan judul penelitian yang sekarang. Kajian pustaka yang dilakukan meliputi berupa jurnal *online* dan penelitian yang serupa sebelumnya. Penelitian dari Rizqi Abdillah dengan judul penelitian "Pengaruh Terpaan Iklan Situs Bukalapak.Com Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Uisu Medan)". Sama-sama

menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini adalah adanya variabel Terpaan Iklan secara parsial, yang artinya variabel Terpaan Iklan mempengaruhi terhadap Minat Beli mahasiswa UISU Medan.

Penelitian kedua yang berjudul “Hubungan Terpaan Media Sosial Instagram Akun @pemkot\_semarang Dan Intensitas Komunikasi Kelompok Referensi Terhadap Minat Berwisata Di Kota Semarang” oleh Atika S. N. tahun 2016. Sedangkan teori yang digunakan adalah teori sor dan menggambarkan bagaimana suatu kelompok mempersuasi tingkah laku pembeli dan menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan menggunakan teknik simple random sampling. Dan hasil dari penelitian ini yaitu tidak terdapat hubungan yang signifikan diantar variabel x dan y.

Untuk penelitian yang ketiga berjudul “Terpaan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Pada Perempuan (Studi Kuantitatif Pengaruh Terpaan Iklan Extra Joss Blend pada Televisi terhadap Minat Beli Tim Futsal Perempuan di Kota Surakarta Tahun 2016)” oleh Abi Raharjo pada tahun 2016. Penelitian ini ingin mengetahui adanya pengaruh endorser iklan extra joss blend di televisi terhadap minat membeli kepada perempuan. Jenis penelitian kuantitatif eksplanatif research yang menerangkan adanya pengaruh dari satu variabel independent terhadap variabel dependent. Dari penelitian ini didapatkan hasil adanya pengaruh yang ditimbulkan oleh endorser terhadap minat membeli extra joss blend.

## **2.2. Kerangka Konseptual**

### **2.2.1. Minat**

Pengertian dari minat itu sendiri adalah adanya rasa keinginan di dalam diri sendiri yang disertai rasa senang dan dapat mengekspresikan dengan tingkah dan perilaku sebaliknya jika tidak ada keinginan tersebut artinya seseorang tidak ada minat terhadap sesuatu hal.

### **2.2.2. Komunikasi**

Pengertian komunikasi itu sendiri adalah adanya suatu proses pesan yang bertujuan untuk mempersuasi perilaku seseorang dengan adanya unsur-unsur seperti halnya penerima pesa dan media yang digunakan dalam menyampaikan pesan.

### **2.2.3. Komunikasi Massa**

Menurut Onong Uchjana Effendy pengertian komunikasi dari berbagai ahli dapat disimpulkan ke dalam empat fungsi yaitu menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi.

### **2.2.4. Media Baru**

Internet, komputer, multimedia, dan DVD adalah salah satu dari adanya media baru dan komunikasi adalah fakta digitalisasi, proses dimana semua pesan berupa teks.

### **2.2.5. Televisi**

Dalam tayangan televisi bisa diartikan sebagai adanya suatu pertunjukan berupa hiburan, edukasi dan informasi bagi

penontonnya. Mengenai program acara yang ditayangkan di televisi tidak akan terlepas dari yang namanya iklan.

#### **2.2.6. Iklan**

Iklan adalah suatu media yang digunakan untuk mempersuasi dalam mengambil suatu tindakan tertentu yang dapat menguntungkan suatu pihak.

#### **2.2.7. Hubungan Menonton dengan Minat**

Penyajian iklan di televisi dikemas dengan cara menarik dan mengundang minat pemirsa untuk membeli. Begitu pula dengan iklan Line Webtoon yang disajikan semenarik mungkin dengan tujuan mempengaruhi penonton agar mngunduh aplikasi tersebut.

#### **2.2.8. Minat Membaca**

Dalam hal ini pengertian minat membaca adalah adanya keinginan dalam diri untuk membaca. Artinya disaat ada perasaan yang ingin memiliki minat dalam membaca yang kuat mereka akan berusaha untuk mewujudkan keinginan mereka tanpa adanya dorongan dari luar. Dalam minat membaca mengandung beberapa unsur seperti adanya dorongan, keinginan, rasa senang dan perhatian.

#### **2.2.9. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Baca**

Beberapa faktor yang dapat mempersuasi dalam hal minat membaca diantaranya adanya faktor personal yang berasal dari dalam diri sendiri seperti umur,

jenis kelamin, intelegensi, prilaku dan psikologis. Sedangkan faktor institusional berasal dari luar faktor itu sendiri yaitu buku bacaan, status sosial ekonomi, pengaruh orang tuadan lingkungan. Adapun minat baca sendiri terbentuk dikarenakan adanya kemauanyang mendorong lahirnya tingkah laku yang mengarah pada pencapaian suatu tujuan.

### **3. METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif denganpendekatan metode deskriptif dan asosiatif karena adanya variabel yang akan dijabarkanhubungan serta tujuan dalammemberikan penjelasan secara tertata, fakta, dan tepat mengenai fakta secara hubungan antar variabel yang sudah diteliti.

#### **3.2. Sumber Data**

Untuk sumber data terdiri data primer yang diperoleh berdasarkan dari hasil survei melalui kuisisioner yang disebar ke responden yaitu masyarakat Kota Denpasar yang pernah menonton Iklan Line Webtoon di Televisi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari pustaka, literatur dan beberapa informasi dari internet.

#### **3.3. Unit analisis**

Unit analisisnya adalah masyarakat yang berdomisili di kota Denpasar khususnya

pengguna *smartphone* dan yang sudah pernah menonton iklan Line Webtoon.

### **3.4. Populasi dan Sampel**

Populasi yaitu masyarakat Kota Denpasar yang sering membaca Komik secara *online* ataupun buku pada rentan usia 17-25 tahun. Dan untuk sampel dalam penelitian ini diukur berdasarkan adanya dua variabel independen dan dependen yang artinya pada penelitian minimal 20 sampel sudah dapat dijadikan sebagai sampel tetapi peneliti menggunakan 100 sampel.

### **3.5. Teknik Pengambilan Sampel**

Penelitian ini menggunakan teknik nonprobabilitas sebagai pengambilan sampelnya dengan memakai metode purposive sampling. Di dalam metode ini meliputi beberapa orang yang sudah dipilih berdasarkan kriteria tertentu dengan tujuan penelitian. Beberapa kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah masyarakat yang tinggal di kota Denpasar dan yang berusia 17-25 tahun yang pernah menonton iklan Line Webtoon.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

Untuk teknik pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner. Sedangkan untuk instrumennya harus melalui uji validitas dan reliabilitas. Untuk pengujian validitas itu sendiri menggunakan metode korelasi Pearson

Product Moment. Uji reliabilitas dapat dilakukan jika dimana alat ukur telah dinyatakan valid. Suatu instrument dikatakan valid jika pada saat pengujian yang dilakukan menunjukkan hasil yang sama meskipun diuji dalam waktu yang berbeda.

### **3.7. Teknis Analisis Data**

Untuk teknik analisis menggunakan statistik deskriptif untuk menjabarkan data yang didapatkan dan membuat suatu kesimpulan berdasarkan data tersebut.

### **3.8. Uji Instrumen Penelitian**

#### **3.8.1. Uji Asumsi Klasik**

Untuk uji asumsi klasik ini sendiri meliputi beberapa uji seperti uji multikolinearitas yaitu untuk menguji model regresi ditemukan adanya variabel bebas, uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji adakah didalam model regresi ketidaksamaan variabel dari residual satu dengan yang lain, sedangkan yang terakhir uji normalitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi dan residual memiliki distribusi normal.

#### **3.8.2. Analisis Regresi Berganda**

Analisis ini untuk menganalisis pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat atau untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsional antara dua buah variabel  $x$  atau lebih dengan sebuah variabel  $y$ .

### 3.8.3. Uji *Goodness of Fit* (Uji F) dan Uji Statistik t (Uji T)

Pada uji fit dan uji t menggunakan bantuan *software* SPSS versi 17,0. Uji F sendiri dikatakan berpengaruh apabila F hitung > F tabel dan untuk signifikansi F kurang dari sama dengan alpha yang sudah ditetapkan. Di ketahui bahwa uji F dengan melihat nilai signifikansi F, apakah lebih besar dari *alpha* yang ditetapkan atau tidak. Sedangkan untuk uji t dikatakan memiliki pengaruh apabila t hitung > t tabel dan signifikansinya kurang dari sama dengan alpha.

#### 1.8.2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Pada koefisien determinasi dipakai dalam menghitung berapa jauh model dalam menjabarkan variabel dependen. Sedangkan untuk nilainya diantara nol dan satu. Pada nilai R<sup>2</sup> yang kecil artinya kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas.

## 2. HASIL DAN PEMBAHASAN

Variabel menonton iklan Line Webtoon di televisi yang mempunyai rata-rata sebesar 4,48 dan masuk kedalam kriteria “sangat baik” karena berada pada interval 4,21-5,00 yang artinya adalah responden setuju bahwa menonton iklan Line Webtoon di televisi sangat bagus untuk ditonton. Indikator “Apakah sering menonton iklan webtoon di televisi sampai selesai” menempati urutan tertinggi dengan nilai

rata-rata sebesar 4,56 (sangat baik) dan yang terendah adalah indikator “Berapa kali menonton iklan Line Webtoon di televisi dalam satu hari. Diukur dari berapa lama menonton iklan Line Webtoon di televisi dengan nilai rata-rata 4,36 (sangat baik).

Variabel Minat Membaca Komik secara *online* yang mempunyai nilai rata-rata sebesar 4,60 masuk kedalam kriteria “sangat baik” karena masuk dalam interval 4,21-5,00 yang artinya adalah responden sangat setuju bahwa Minat Membaca Komik secara *online* setelah menonton iklan Line Webtoon di televisi. Indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu indikator “Responden mencari informasi lebih lanjut mengenai Line Webtoon atau komik yang telah dibaca di Line Webtoon” yaitu 4,36 (baik) dan yang tertinggi yaitu indikator “Responden mencari dan membaca komik dengan genre yang disukai” dengan nilai rata-rata 4,70 (sangat baik).

Setiap variabel mempunyai nilai signifikansi lebih besar dari 0,050 atau 5% yang artinya regresi linier berganda memenuhi asumsi linearitas yang artinya tidak terdapat masalah pada uji linearitas. Dari hasil pengujian tersebut didapatkan bahwa tidak terdapat masalah/penyimpangan yang artinya regresi linier berganda layak untuk digunakan pada pengujian hipotesis.

Sedangkan dari hasil olah data yang didapatkan bahwa nilai probabilitas (Sig-t) sebesar 0,018 yang mana lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima, dengan begitu hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh signifikan variabel

menonton iklan Line Webtoon di televisi terhadap Minat Membaca Komik secara *online* terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi menonton iklan Line Webtoon di televisi yang ditonton oleh responden kesehariannya maka Minat Membaca Komik secara *online* akan semakin baik.

Hasil dari regresi ini secara keseluruhan menunjukkan nilai koefisiensi korelasi sebesar 0,835 yang artinya bahwasanya ada suatu hubungan antara variabel  $x$  sebesar 83,5%. Hal ini menunjukkan bahwa menonton iklan Line Webtoon di Televisi dapat mempengaruhi Minat Membaca Komik secara *online*.

Hasil dari uji tabel silang bahwa keduanya tidak memiliki hubungan dengan begitu, maka  $H_0$  diterima.

### 3. KESIMPULAN

Dari penelitian diatas dapat dijabarkan beberapa hal mengenai hubungan kedua variabel sebagai berikut:

1. Adanya pengaruh dari menonton iklan Line Webtoon di televisi membuat masyarakat khususnya di Kota Denpasar mengunduh aplikasi Line Webtoon. Dengan menggunakan waktu luang mereka sengaja menghibur diri dari rasa frustrasi mereka dengan membaca komik digital. Sedangkan untuk bahan bacaan sendiri lebih tertarik dengan membaca genre yang bersifat menghibur serta edukatif. Masyarakat Kota Denpasar bisa mendapat

berbagai pelajaran di komik yang dibaca itu seperti pesan moral, wawasan, dan sebagainya.

2. Dalam penelitian ini masyarakat Kota Denpasar dalam membaca komik di *smartphone* dengan menggunakan Line Webtoon memiliki dampak pada respon terhadap komik digital. Jikalau muncul suatu perhatian atau ketertarikan maka remaja itu akan kembali menggunakan aplikasi tersebut sehingga akan timbul minat membaca komik. Sedangkan sebaliknya, apabila masyarakat tidak menganggap menarik komik Line Webtoon maka tidak akan muncul minat membaca komik menggunakan *Line Webtoon*.

### 4. DAFTAR PUSTAKA

- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kristyanto, Dian, 2011. *Komik Dalam Perkembangannya Dan Peranannya Didalam Peningkatan Minat Baca Remaja Pubertas*. Karya Ilmiah
- Rizqi Abdillah, 2018. *Pengaruh Terpaan Iklan Situs Bukalapak.Com Terhadap Minat Beli Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Uisu Medan)*. Karya Ilmiah
- Abi Raharjo, 2016. *Terpaan Iklan Televisi Terhadap Minat Beli Pada Perempuan (Studi Kuantitatif Pengaruh Terpaan Iklan Extra Joss Blend pada Televisi terhadap Minat Beli Tim Futsal Perempuan)*

di Kota Surakarta Tahun 2016). Jurnal Ilmiah